

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA  
MENGENAI EVENT “MANDI BUSA” MELALUI PUBLISITAS DI  
CIPUTRA WATERPARK SURABAYA**

**SKRIPSI**



Disusun Oleh:  
Sherly Angelina Soewandi

NRP. 1423012046

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2016**

**TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA  
MENGENAI EVENT “MANDI BUSA” MELALUI PUBLISITAS DI  
CIPUTRA WATERPARK SURABAYA**

**SKRIPSI**

**Diajukan Untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan Dalam Memperoleh  
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala  
Surabaya**



Disusun Oleh:  
Sherly Angelina Soewandi  
NRP. 1423012046

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA  
SURABAYA  
2016**

## SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS

Dengan ini, saya

Nama : Sherly Angelina Soewandi

NRP : 1423012046

Menyatakan bahwa apa yang saya tulis dalam skripsi berjudul:

Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Event “Mandi Busa”  
Melalui Publisitas Di Ciputra Waterpark Surabaya

adalah benar adanya dan merupakan hasil karya saya sendiri. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ditemukan adanya plagiasi maka saya rela gelar keserjanaan saya dicabut.

Surabaya, 27 Juni 2016

Penulis



Sherly Angelina S.

## **HALAMAN PERSETUJUAN**

### **SKRIPSI**


#### **TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI EVENT “MANDI BUSA” MELALUI PUBLISITAS DI CIPUTRA WATERPARK SURABAYA**


Oleh:

Sherly Angelina Soewandi

NRP. 1423012046

Skripsi ini telah disetujui oleh dosen pembimbing penulisan skripsi untuk diajukan ketim penguji skripsi.

Pembimbing I : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. (  )  
NIK.142.10.0651

Pembimbing II : Dra. Sri Moerdijati MS. (  )  
NIK.142.LB.0852

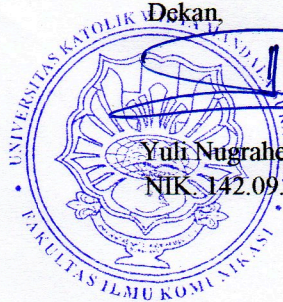
Surabaya, 27 Juni 2016



## HALAMAN PENGESAHAN

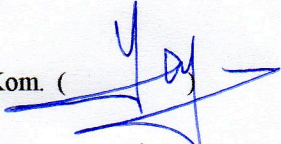

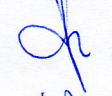

Skripsi ini telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji Skripsi Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dan diterima untuk memenuhi sebagian dari persyaratan memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi pada : Senin, tanggal 13 Juni 2016

Mengesahkan,  
Fakultas Ilmu Komunikasi  
Dekan,



Yuli Nugraheni, S.Sos., M.Si.  
NIK. 142.09.0647

Dewan Penguji :

1. Ketua : Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom. (  )  
NIK. 142.09.0633
2. Sekertaris : Dra. Sri Moerdijati, MS. (  )  
NIK. 142.LB.0852
3. Anggota : Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. (  )  
NIK. 142.10.0651
4. Anggota : Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. (  )  
NIK. 142.09.0645

**LEMBAR PERSETUJUAN  
PUBLIKASI KARYA ILMIAH**

Demi perkembangan ilmu pengetahuan, saya sebagai mahasiswa Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya (UKWMS):

Nama : Sherly Angelina Soewandi  
NRP : 1423012046

Menyetujui skripsi/karya ilmiah saya

Judul : **TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT  
SURABAYA MENGENAI EVENT “MANDI BUSA”  
MELALUI PUBLISITAS DI CIPUTRA WATERPARK  
SURABAYA**

Untuk dipublikasikan atau ditampilkan di internet atau media lain (Digital Library Perpustakaan UKWMS) untuk kepentingan akademik sebatas sesuai dengan Undang-Undang Hak Cipta.

Demikian pernyataan persetujuan publikasi karya ilmiah ini saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 27 Juni 2016  
Yang menyatakan,



Sherly Angelina Soewandi

## **HALAMAN PERSEMBAHAN**

Puji syukur yang paling besar kepada Tuhan Yesus Kristus, Bunda Maria, dan Roh Kudus, atas berkat dan penyertaan-Nya pada peneliti, dan yang telah memberikan kesehatan, kekuatan, keceriaan, sukacita dan kesabaran selama proses mengerjakan dari proposal skripsi ini hingga skripsi bisa selesai sesuai dengan yang diharapkan. Terima kasih yang sebesar-besarnya untuk kedua orang tua terutama mama yang selalu ada saat dibutuhkan, mau ikut bersuka dan bersusah payah selama ini demi terwujudnya mimpi anaknya yang semoga bisa membuat beliau bahagia. Semuanya untuk kalian, papa dan mama.

Surabaya, 27 Juni 2016

Sherly Angelina Soewandi

## KATA PENGANTAR

Yang paling utama dari segalanya....

Puji syukur kepada Sang Empunya Kehidupan, Tuhan Yesus Kristus, karena atas bimbingan, kehendak, kasih dan rahmat-Nya kepadaku yang tidak pernah berkesudahan. Puji Syukur yang sebesar-besarnya kepada-Nya karena akhirnya aku sanggup menyelesaikan skripsi ini dengan baik.

Tujuan dari pembuatan skripsi ini dikerjakan guna memenuhi tuntutan akademik untuk lulus menjadi Sarjana 1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Kupersembahkan pula serangkaian karya sederhana ini untuk orang-orang yang kukasihi:

1. Kedua orang tuaku, Diah Amperawati dan Soewandi, mama dan papa, yang selama ini mau ikut mengambil bagian dalam suka maupun duka, sabar dalam membimbingku yang masih membutuhkan uluran tangan dari mereka. Tidak lupa juga untuk adikku yang selalu menghibur dan juga mengganggu. Mereka semua adalah motivasi dan inspirasiku dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Kedua dosen pembimbing yang terhormat, terkasih dan tercinta, sang motivator, orang tua kedua di kampus, Theresia Intan Putri H., S.Sos., M.I.Kom. dan Dra. Sri Moerdijati. M.S. Terima kasih telah memberikan bimbingan dan berbagai macam saran dan kritik yang membangun buatku dari awal hingga terbentuknya skripsi ini.



Tidak lupa juga yang terhormat dan terkasih, Finsensius Yuli P., S.Sos., M.Med.Kom. dan Maria Yuliasuti, S.Sos., M.Med.Kom. selaku dosen penguji saya, terima kasih untuk seluruh kritik dan saran yang selalu berguna untuk perkembangan skripsi ini. Para dosen dan staff Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya yang selama ini membimbing dan membantuku dalam perkuliahan, terima kasih banyak. Semoga segala bimbingan dan pelajaran yang aku dapat, bisa membuat aku lebih mandiri di dunia luar sana.

3. *General Manager*, Soeriananda, dan *Sales & Marketing Manager*, Indra Permana Sukma, beserta seluruh *staff management* dan operasional Ciputra *Waterpark* Surabaya yang sudah mau membantu memberikan segala macam pemikiran, pendapat, cerita, data yang dibutuhkan kepada peneliti. Semuanya bisa menjadi sangat berguna dan tidak akan sia-sia. Terima kasih untuk segala bantuan dan pengalaman yang peneliti terima.
4. *My buddies*, Dessy, Maria, Jessica, Anastasia, Adelia, Senia yang hampir setiap hari tidak pernah terpisahkan. Terima kasih kawan-kawan, sudah mau susah-susah juga kasih masukkan, saran, dan kritik untuk membantu dan membangun peneliti dalam menulis proposal skripsi, juga berbagi keceriaan denganku. Sukses untuk kita semua!
5. Wanita-wanita TP alias teman-teman seperjuangan “Tingkat Pengetahuan”, Debo, Senia, Jeni, Jessica, perjuangan yang kuat

dan pantang menyerah tidak akan mengkhianati hasil akhir kawan! Terima kasih sudah berbagi suka-duka bersama dan bertukar pikiran tentang “Tingkat Pengetahuan”. Ada juga sub-unit nya yaitu “Cluster Warriors” alias Pejuang Multi-Stage Cluster Random Sampling yaitu peneliti, Jeni, dan Jessica, tiga serangkai yang selalu bersama berjuang dan saling melengkapi terutama dalam mencari referensi buku hingga terselesaikanlah skripsi ini. Sukses untuk kita semua!

6. Untuk kawan-kawan semuanya yang tidak bisa kusebutkan satu-persatu, terima kasih atas partisipasi kalian yang berarti buat hidupku, mau membantu serta berbagi canda tawa bersama selama empat tahun ini. Sukses untuk kita semua!

**“You Only Live Once, But If You Do It Right, Once is Enough”**

## DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL .....	ii
SURAT PERNYATAAN ORIGINALITAS .....	iii
HALAMAN PERSETUJUAN .....	iv
HALAMAN PENGESAHAN .....	v
LEMBAR PERSETUJUAN PUBLIKASI KARYA ILMIAH .....	vi
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	vii
KATA PENGANTAR .....	viii
DAFTAR ISI .....	xi
DAFTAR GAMBAR .....	xvi
DAFTAR TABEL .....	xvii
DAFTAR LAMPIRAN .....	xix
ABSTRAK .....	xx
BAB I. PENDAHULUAN .....	1
I.1. Latar Belakang Masalah .....	1
I.2. Rumusan Masalah .....	9
I.3. Tujuan Penelitian .....	9
I.4. Batasan Masalah .....	9
I.5. Manfaat Penelitian .....	10
BAB II. TINJAUAN PUSTAKA .....	11
II.1. Kerangka Teori .....	11
II.1.1. Proses Komunikasi .....	11
II.1.2. Tingkat Pengetahuan Sebagai Hasil dari Proses Komunikasi .....	13
II.1.2.1. Pengetahuan Produk .....	14
II.1.2.2. Pengetahuan Merk dan Citra .....	15

II.1.2.3. Pengetahuan Harga .....	15
II.1.2.4. Pengetahuan Pembelian .....	16
II.1.2.5. Pengetahuan Pemakaian .....	17
II.1.3. <i>Marketing Public Relations</i> .....	18
II.1.4. Publisitas Sebagai Salah Satu Alat <i>Marketing Public Relations</i> .....	22
II.1.5. Media Publisitas <i>Marketing public Relations</i> .....	26
II.1.5.1. Surat Kabar (Koran) .....	27
II.1.5.2. Radio .....	28
II.1.5.3. Media Luar Ruang .....	28
II.2. Nisbah Antar Konsep .....	31
II.3. Bagan Kerangka Konseptual .....	33
BAB III. Metodologi Penelitian .....	34
III.1. Pendekatan dan Jenis Penelitian .....	34
III.2. Metode Penelitian .....	34
III.3. Identifikasi Variabel Penelitian .....	35
III.4. Definisi Konseptual Pengetahuan .....	35
III.5. Definisi Operasional Tingkat Pengetahuan .....	35
III.6. Populasi dan Sampel .....	38
III.6.1. Populasi .....	38
III.6.2. Sampel .....	38
III.7. Unit Analisis .....	40
III.8. Teknik Penarikan Sampel .....	40
III.9. Teknik Pengumpulan Data .....	44
III.10. Teknik Validitas dan Reliabilitas .....	44
III.11. Teknik Analisis Data .....	46
BAB IV. Hasil Penelitian dan Pembahasan .....	48

IV.1. Gambaran Subjek Penelitian .....	48
IV.1.1. Gambaran Umum Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya ...	49
IV.1.2. Event Mandi Busa di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	51
IV.1.3. Profil Singkat Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	53
IV.1.4. Logo Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	54
IV.2. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	55
IV.2.1. Uji Validitas .....	55
IV.2.2. Uji Reliabilitas .....	57
IV.3. Hasil Penelitian .....	58
IV.3.1. Deskripsi Identitas Responden .....	59
IV.3.1.1. Karakteristik Responden Berdasarkan Jenis Kelamin.....	59
IV.3.1.2. Karakteristik Responden Berdasarkan Usia. .	61
IV.3.1.3. Karakteristik Responden Berdasarkan Pekerjaan .....	62
IV.3.2. Deskripsi Media Publisitas (ATL & BTL) .....	65
IV.3.3. Deskripsi Tingkat Pengetahuan Responden .....	71
IV.3.3.1. Pengetahuan Produk “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	72
IV.3.3.2. Pengetahuan Merk dan Citra “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	76
IV.3.3.3. Pengetahuan Harga “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	78



IV.3.3.4. Pengetahuan Pembelian “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	80
IV.4. Pembahasan Tingkat Pengetahuan Masyarakat Surabaya Mengenai Event “Mandi Busa” Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	81
IV.5. Tabulasi Silang Antara Identitas Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Event</i> “Mandi Busa” Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya.....	85
IV.5.1. Tabulasi Silang Antara Jenis Kelamin Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai Event “Mandi Busa” Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya.....	86
IV.5.2. Tabulasi Silang Antara Usia Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai Event “Mandi Busa” Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	88
IV.5.3. Tabulasi Silang Antara Pekerjaan Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai Event “Mandi Busa” Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	91
BAB V. Kesimpulan dan Saran .....	94
V.1. Kesimpulan .....	94
V.2. Saran .....	95
V.2.1. Saran Akademis .....	95

V.2.2. Saran Praktis .....	96
DAFTAR PUSTAKA .....	97
LAMPIRAN .....	101

## DAFTAR GAMBAR

Gambar I.1. Media Publisitas Melalui Koran dan <i>Instagram</i> .....	8
Bagan II.1.1. Model Komunikasi Lasswell .....	12
Bagan II.1.4.1. Jenis-Jenis Publisitas .....	24
Bagan III.8.2. Populasi dan Sampel Masyarakat Surabaya Terpilih .....	42
Gambar IV.3.1.3. Cuplikan event Mandi Busa Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya di <i>Videotron</i> .....	64
Grafik IV.5.1.1. Tabulasi Silang Jenis Kelamin dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Event</i> Mandi Busa Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	87
Grafik IV.5.2.1. Tabulasi Silang Usia Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Event</i> Mandi Busa Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	90
Grafik IV.5.3.1. Tabulasi Silang Pekerjaan Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Event</i> Mandi Busa Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	93

## DAFTAR TABEL

Tabel III.6.2. Jumlah Penduduk Kota Surabaya Menurut Umur dan Jenis Kelamin .....	39
Tabel III.8.1. Jumlah dan Kepadatan Penduduk Kota Surabaya menurut Kecamatan Berdasarkan Hasil Sensus Penduduk 2010 .....	41
Tabel III.8.1. Responden Terpilih Wilayah Surabaya .....	43
Tabel IV.2.1. Hasil Uji Validitas Kuesioner Pengetahuan Produk, Merk dan Citra, Harga, dan Pembelian .....	56
Tabel IV.2.2. Hasil Uji Reliabilitas Kuesioner Pengetahuan Produk, Merk dan Citra, Harga, dan Pembelian .....	57
Tabel IV.3.1.1. Jenis Kelamin Responden .....	59
Tabel IV.3.1.2. Usia Responden .....	61
Tabel IV.3.1.3. Pekerjaan Responden .....	62
Tabel IV.3.2.1. Media Publisitas ATL dan BTL (Ranking 1) .....	66
Tabel IV.3.3.1. Pengetahuan Produk “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	72
Tabel IV.3.3.2. Pengetahuan Merk & Citra “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	76
Tabel IV.3.3.3. Pengetahuan Harga “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	78
Tabel IV.3.3.4. Pengetahuan Pembelian “Mandi Busa” Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya Melalui Media Publisitas .....	80
Tabel IV.4.1.1. Deskripsi Hasil Indikator Tingkat Pengetahuan .....	81

Tabel IV.4.1.2. Nilai Akhir Tingkat Pengetahuan .....	84
Tabel IV.5.1.1. Uji Tabulasi Silang Jenis Kelamin Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Event</i> Mandi Busa Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	86
Tabel IV.5.2.1. Uji Tabulasi Silang Usia Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Event</i> Mandi Busa Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	88
Tabel IV.5.3.1. Uji Tabulasi Silang Pekerjaan Responden dengan Tingkat Pengetahuan Mengenai <i>Event</i> Mandi Busa Melalui Publisitas di Ciputra <i>Waterpark</i> Surabaya .....	91



## DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1. Kuesioner .....	101
Lampiran 2. Media Publisitas ATL & BTL (Rank 2-missing system) .....	106
Lampiran 3. Media Publisitas ATL & BTL (Rank 3-missing system) .....	106
Lampiran 4. Publisitas <i>Event</i> “Mandi Busa” <i>Billboard</i> dan <i>Videotron</i> ...	108
Lampiran 5. Publisitas <i>Event</i> “Mandi Busa” Koran Jawa Pos .....	109
Lampiran 6. Artikel <i>Event</i> “Mandi Busa” Koran .....	110
Lampiran 7. Publisitas <i>Event</i> “Mandi Busa” <i>Instagram</i> dan <i>Website</i> .....	111
Lampiran 8. Publisitas <i>Event</i> “Mandi Busa” <i>Facebook</i> .....	112
Lampiran 9. Publisitas <i>Event</i> “Mandi Busa” <i>Flyer</i> .....	113
Lampiran 10. Tabel Frekuensi .....	114
Lampiran 11. Uji Validitas dan Reliabilitas .....	124
Lampiran 12. R-Tabel .....	125
Lampiran 13. Tabulasi Silang .....	149
Lampiran 14. Deskriptif Statistik .....	152
Lampiran 15. Coding .....	153

## ABSTRAK

Sherly Angelina Soewandi NRP. 1423012046. TINGKAT PENGETAHUAN MASYARAKAT SURABAYA MENGENAI EVENT “MANDI BUSA” MELALUI PUBLISITAS DI CIPUTRA WATERPARK SURABAYA.

Penelitian ini berfokus pada tingkat pengetahuan dari masyarakat Surabaya mengenai *event* “Mandi Busa” di Ciputra *Waterpark* Surabaya melalui publisitas. Alasan penelitian ini adalah *event* “Mandi Busa” memiliki keunikan tersendiri di Ciputra *Waterpark* Surabaya dan dijadikan kegiatan rutin pada setiap *event* besarnya serta publisitasnya yang dilakukan sebagian besar berada di wilayah Surabaya. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma proses komunikasi Harold D. Lasswell. Teori tersebut digunakan sebagai acuan untuk mengetahui proses komunikasi yaitu efek, dalam hal ini adalah efek kognitif. Indikator dari *event* “Mandi Busa” melalui publisitas terdiri atas empat macam, yaitu pengetahuan produk, pengetahuan merk dan citra, pengetahuan harga, dan pengetahuan pembelian, serta publisitas yang merupakan salah satu alat MPR. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif-deskriptif dengan metode survey dan teknik pengambilan data dilakukan dengan pembagian kuesioner kepada responden yang terpilih secara acak. Penelitian tingkat pengetahuan masyarakat Surabaya mengenai *event* “Mandi Busa” melalui publisitas di Ciputra *Waterpark* Surabaya menghasilkan tingkat pengetahuan tinggi.

**Kata Kunci:** Tingkat Pengetahuan, Publisitas, *Marketing Public Relations*, Ciputra *Waterpark* Surabaya

## **ABSTRACT**

Sherly Angelina Soewandi NRP. 1423012046. LEVEL OF KNOWLEDGE SURABAYA'S PEOPLE ABOUT THE EVENT "MANDI BUSA" THROUGH PUBLICITY IN CIPUTRA WATERPARK SURABAYA.

This study focuses on the level of knowledge of Surabaya's people regarding the event "Mandi Busa" in Ciputra Waterpark Surabaya through publicity. The reason of this research is "Mandi Busa" is an event that unique in Ciputra Waterpark Surabaya and made routine at every event as well as the amount of publicity is done mostly in the area of Surabaya. The theory used in this research is the Harold D. Lasswell's communication process. The theory is used as a reference to know the process of communication is the effect, that effect in this research is the cognitive effects. Indicators of the event "Mandi Busa" through publicity consist of four kinds, namely knowledge of product, knowledge of brand and image, knowledge of price, and knowledge of purchase, as well as the publicity is one of the Marketing Public Relations's tools. This research uses descriptive quantitative approach with survey methods and techniques of data collection is done with the distribution of questionnaires to randomly selected respondents. The research of level of knowledge Surabaya's people about the event "Mandi Busa" through publicity in Ciputra Waterpark Surabaya resulted a high level of knowledge.

**Keywords:** *Level of Knowledge, Publicity, Marketing Public Relations, Ciputra Waterpark Surabaya*